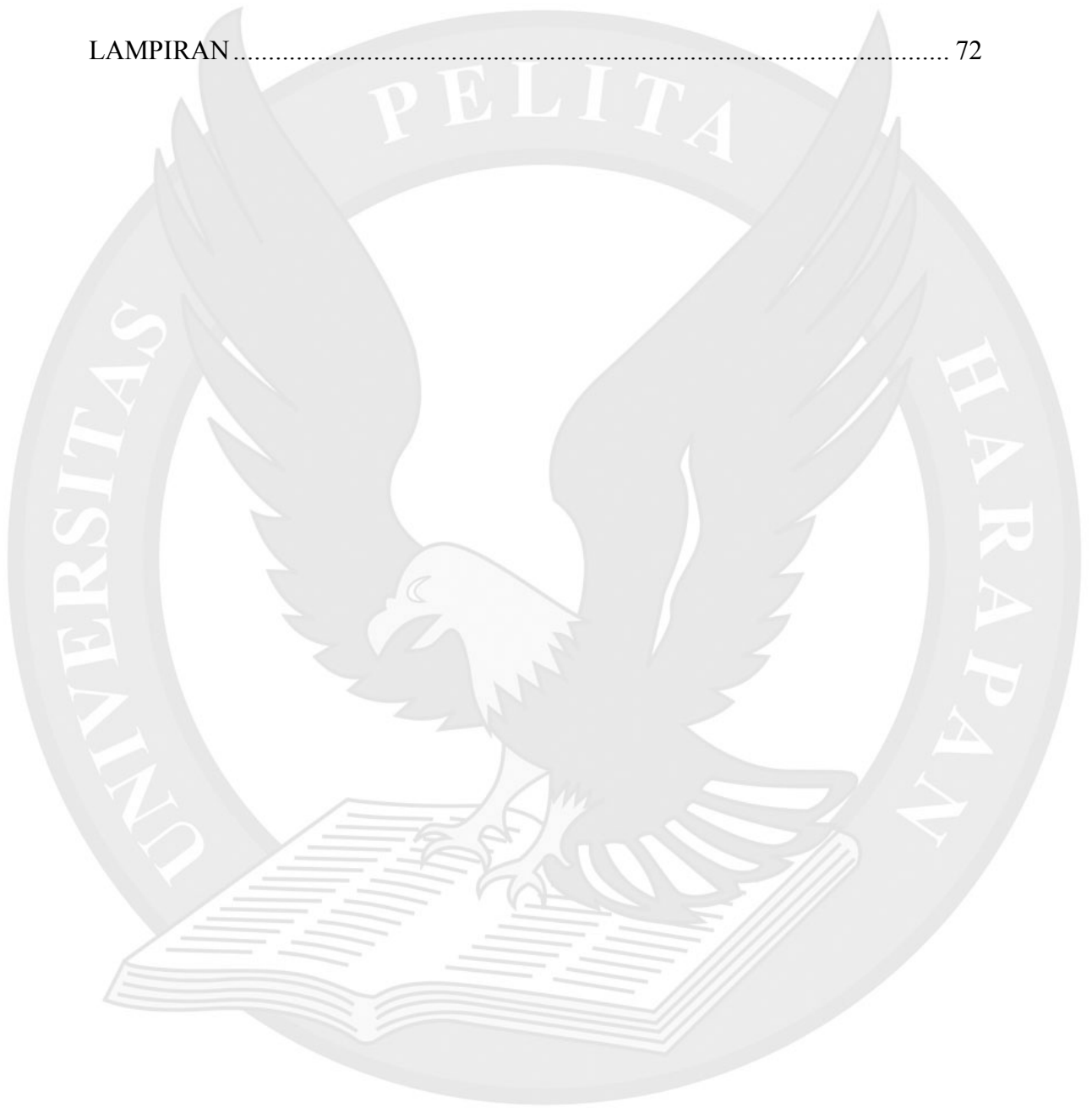


## DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pokok Permasalahan .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Pembatasan Masalah .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	6
2.1 <i>Marketing Communication</i> .....	6
2.2 <i>Social Media Marketing dan Content Marketing</i> .....	7
2.3 <i>Brand Awareness</i> .....	16
2.4 Instagram dan TikTok .....	17
2.5 Penelitian Terdahulu .....	22
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
3.1 Studi Pendahuluan .....	24
3.2 Perumusan Masalah .....	24
3.3 Tujuan Penelitian .....	25
3.4 Studi Pustaka .....	25
3.5 Pengumpulan dan Analisis Data .....	25
3.6 Kesimpulan dan Saran .....	26
3.7 Bagan Metode Penelitian .....	27
BAB IV PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA .....	28
4.1 Pengumpulan Data .....	28
4.1.1 <i>Company Profile</i> .....	28
4.1.2 Struktur Organisasi .....	29
4.1.2 Strategi <i>Marketing Communication</i> Saat Ini .....	31
4.1.3 <i>Consumer Research</i> .....	38
4.2 Analisis Data .....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	67
5.1 Kesimpulan .....	67

5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

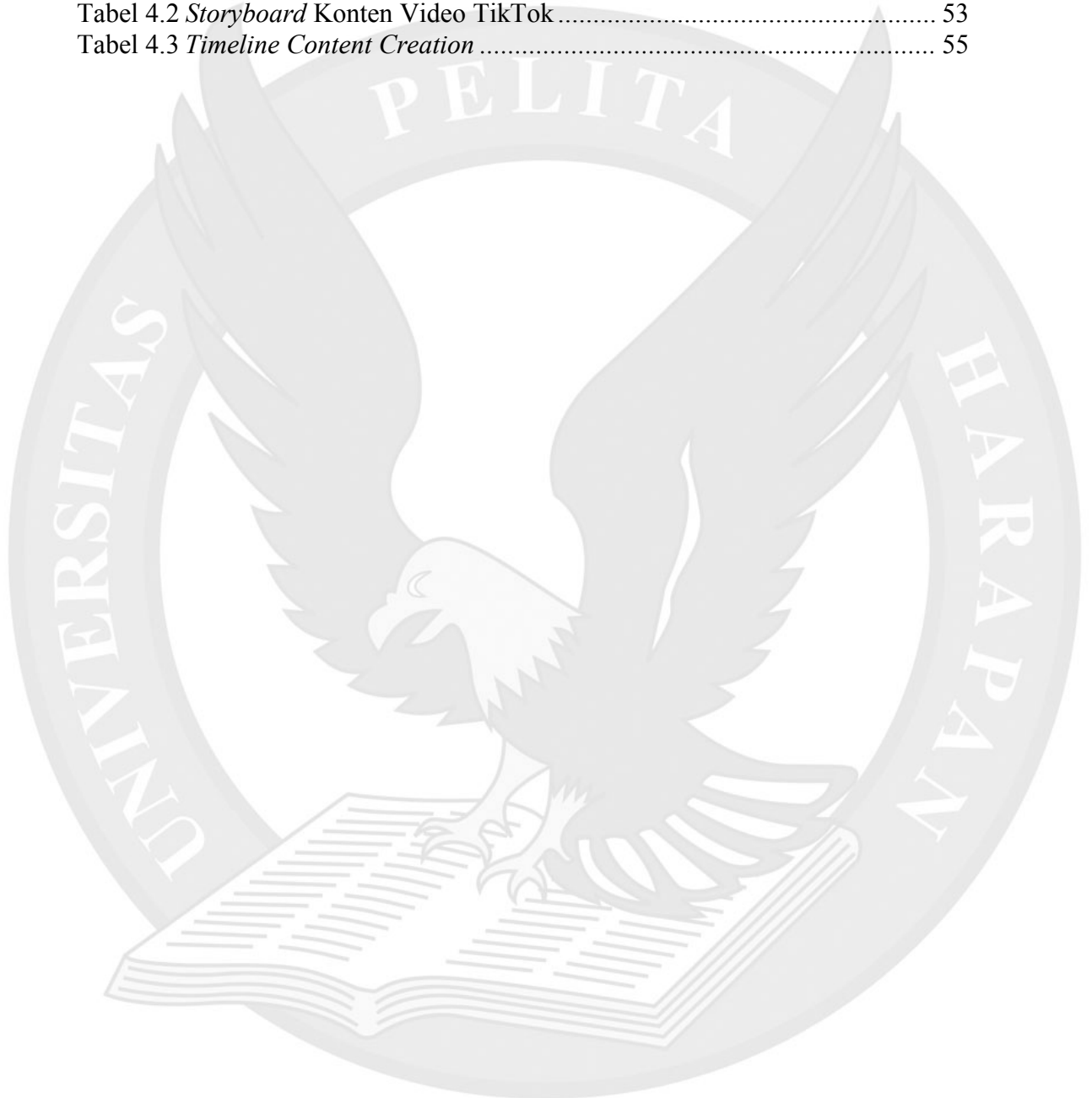


## DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Tahap-tahap <i>Content Marketing</i> .....	16
Gambar 3.1 Bagan Diagram Alir Metode Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kedai Twenties.....	29
Gambar 4.2 Konten <i>product knowledge</i> khusus makanan.....	33
Gambar 4.3 Konten <i>product knowledge</i> khusus bangunan.....	33
Gambar 4.4 Konten <i>point of view</i> konsumen.....	34
Gambar 4.5 Konten <i>playlist</i> lagu.....	35
Gambar 4.6 Konten kolaborasi dengan komunitas lain.....	36
Gambar 4.7 Konten Hiburan Tanya Twenties.....	37
Gambar 4.8 Konten Hiburan.....	37
Gambar 4.9 Durasi Akses Internet Per Hari.....	39
Gambar 4.10 Konsumsi Media Per Generasi.....	39
Gambar 4.11 Tujuan Akses Internet Per Generasi.....	40
Gambar 4.12 Topik Pembicaraan Per Generasi.....	41
Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Tentang Sosial Media Yang Sering Digunakan....	42
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Tentang Sumber Informasi Sebuah Brand.....	42
Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Bentuk Konten Yang Disukai.....	43
Gambar 4.16 Hasil Kuesioner Jenis Konten Yang Disukai.....	43
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner Elemen Penting Dalam Konten Video.....	44
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner Elemen Penting Dalam Konten Tulisan.....	45
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner Elemen Penting Dalam Konten Foto.....	46
Gambar 4.20 Hasil Kuesioner Hal Menarik Untuk Mengenal Brand.....	47
Gambar 4.21 Konten Video Instagram.....	56
Gambar 4.22 Konten Video TikTok.....	57
Gambar 4.23 Hasil metrik <i>reach</i> Instagram.....	59
Gambar 4.24 Hasil metrik <i>plays</i> Instagram.....	60
Gambar 4.25 Hasil metrik <i>shares</i> Instagram.....	61
Gambar 4.26 Hasil metrik <i>likes</i> Instagram.....	62
Gambar 4.27 Hasil metrik <i>comments</i> Instagram.....	63
Gambar 4.28 Hasil TikTok <i>analytic</i> .....	64

## DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4.1 <i>Storyboard</i> Konten Video Instagram .....	52
Tabel 4.2 <i>Storyboard</i> Konten Video TikTok .....	53
Tabel 4.3 <i>Timeline Content Creation</i> .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A	
Hasil Survey <i>Brand Awareness</i> .....	A-1
Lampiran B	
Hasil Wawancara dengan <i>Project Marketing Manager</i> Kedai Twenties ..	B-1

